

Научная статья

Original article

УДК 330.101

DOI 10.55186/25876740_2023_7_2_11

**СУЩНОСТЬ СНАБЖЕНЧЕСКИХ И СБЫТОВЫХ КООПЕРАТИВОВ В
РАЗВИТИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ**

**THE ESSENCE OF SUPPLY AND MARKETING COOPERATIVES IN THE
DEVELOPMENT OF CONSUMER COOPERATION**



Чупина Ирина Павловна, доктор экономических наук, профессор кафедры управления и права, ФГБОУ ВО «Уральский ГАУ», г. Екатеринбург ул. Тургенева 23, к 4410. тел. (343)221-41-12, ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-2875-3306>, irinacupina716@gmail.com

Зарубина Елена Васильевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры управления и права, ФГБОУ ВО «Уральский ГАУ», г. Екатеринбург ул. Тургенева 23, к 4410. тел. (343)221-41-12, ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4271-6264>, ethos08@mail.ru

Симачкова Наталья Николаевна, кандидат исторических наук, доцент кафедры управления и права, ФГБОУ ВО «Уральский ГАУ», г. Екатеринбург ул. Тургенева 23, к 4410. тел. (343)221-41-12, ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4271-6264>, nikolina73@yandex.ru

Журавлева Людмила Анатольевна, кандидат философских наук, доцент кафедры философии, ФГБОУ ВО «Уральский ГАУ», г. Екатеринбург ул. Тургенева 23, к 4410. тел. (343)221-41-12, ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4271-6264>, ethos08@mail.ru

Ручкин Алексей Владимирович, кандидат социологических наук, доцент кафедры философии, ФГБОУ ВО «Уральский ГАУ», г. Екатеринбург ул. Тургенева 23, к 4410. тел. (343)221-41-12, ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4271-6264>, ethos08@mail.ru

Chupina Irina Pavlovna, Doctor of Economics, Professor of the Department of Management and Law, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Ural GAU", Yekaterinburg st. Turgenev 23, to 4410. tel. (343) 221-41-12, ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-2875-3306>, irinacupina716@gmail.com

Zarubina Elena Vasilievna, Candidate of Philology, Associate Professor of the Department of Management and Law, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Ural State Agrarian University", Yekaterinburg st. Turgenev 23, to 4410. tel. (343) 221-41-12, ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4271-6264>, ethos08@mail.ru

Simachkova Natalya Nikolaevna, Candidate of Historical Sciences, Associate Professor of the Department of Management and Law, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Ural State Agrarian University", Yekaterinburg st. Turgenev 23, to 4410. tel. (343) 221-41-12, ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4271-6264>, nikolina73@yandex.ru

Zhuravleva Lyudmila Anatolyevna, Candidate of Philosophy, Associate Professor of the Department of Philosophy, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Ural State Agrarian University", Yekaterinburg, st. Turgeneva 23, room 4410. tel. (343)221-41-12, ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4271-6264>, ethos08@mail.ru

Ruchkin Alexey Vladimirovich, Candidate of sociological , Associate Professor of the Department of Philosophy, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Ural State Agrarian University", Yekaterinburg, st. Turgeneva 23, room 4410. tel. (343)221-41-12, ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4271-6264>, alexeyruchkin87@gmail.com

Аннотация. В данной статье рассматриваются сбытовые и снабженческие кооперативы как одна из форм деятельности сельской потребительской кооперации. Сбытовые кооперативы представляют собой один из видов потребительских кооперативов. Они осуществляют продажу сельскохозяйственной продукции, отвечают за сохранность данной продукции, сортируют ее и расфасовывают. Также в обязанности сбытовых кооперативов входит транспортировка продукции в торговые точки. Они заключают сделки с покупателями и изучают рынки сбыта.

Снабженческие кооперативы образуются для закупки удобрений, кормов и других товаров, которые необходимы для производства продукции в сельскохозяйственных организациях. Также они обеспечивают фермеров и личные подсобные хозяйства необходимыми ресурсами – семенами, комбикормами и топливом, медицинскими и ветеринарными препаратами.

Сбытовые и снабженческие кооперативы создаются в основном фермерскими хозяйствами. Основная цель данных кооперативов заключается в повышении конкурентоспособности региональной сельскохозяйственной продукции для поддержания местных товаропроизводителей. Исходя из цели, задачами данных кооперативов является увеличение доли производства продукции в каждом регионе и создание условий для увеличения доли сельскохозяйственной продукции на региональных и внутри региональных рынках.

Цель данной статьи заключается в изучении деятельности сбытовых и снабженческих кооперативов в сельской местности. На основании цели задачами исследования являются анализ существующих снабженческих и сбытовых кооперативов на территории Свердловской области и механизмы продвижения продукции на региональные рынки через кооперативы. В статье использованы следующие методы исследования: методы анализа и синтеза при сопоставлении деятельности кооперативов и результатов сбыта продукции; метод факторного анализа рассмотрен при анализе влияния отдельных факторов на результирующий показатель.

Abstract. This article discusses marketing and supply cooperatives as one of the forms of activity of rural consumer cooperatives. Marketing cooperatives are one of the types of consumer cooperatives. They sell agricultural products, are responsible for the safety of these products, sort them and pack them. Also, the duties of marketing cooperatives include the transportation of products to retail outlets. They make deals with buyers and explore markets.

Supply cooperatives are formed to purchase fertilizers, feed and other goods that are necessary for the production of products in agricultural organizations. They also provide farmers and private households with the necessary resources - seeds, feed and fuel, medical and veterinary drugs.

Marketing and supply cooperatives are created mainly by farms. The main goal of these cooperatives is to increase the competitiveness of regional agricultural products in order to support local producers. Based on the goal, the tasks of these cooperatives are to increase the share of production in each region and create conditions for increasing the share of agricultural products in regional and intra-regional markets.

The purpose of this article is to study the activities of marketing and supply cooperatives in rural areas. Based on the goal, the objectives of the study are to analyze the existing supply and marketing cooperatives in the Sverdlovsk region and the mechanisms for promoting products to regional markets through cooperatives. The article uses the following research methods: methods of analysis and synthesis when comparing the activities of cooperatives and the results of marketing products; the method of factor analysis is considered when analyzing the influence of individual factors on the resulting indicator.

Ключевые слова: сбытовые кооперативы, снабженческие кооперативы, сельская кооперация, конкурентоспособность продукции, региональные рынки, сбытовая деятельность.

Key words: marketing cooperatives, supply cooperatives, rural cooperation, product competitiveness, regional markets, marketing activities.

Для насыщения потребительских рынков сельскохозяйственной продукцией перед кооперативами, сельскохозяйственными предприятиями и предприятиями перерабатывающей отрасли ставится задача по техническому перевооружению предприятий с внедрениями в производство современных технологий и использованию новейших инноваций. Это необходимо для расширения ассортимента продукции, что будет содействовать ее конкурентоспособности. Для этого кроме кредитов и грантовой поддержки предусмотрены поставки на условиях лизинга нового сельскохозяйственного оборудования и машин [9, с.864].

Сбытовые и снабженческие кооперативы в первую очередь должны на выгодных условиях для членов кооператива обеспечивать их необходимыми ресурсами и производить сбытовую деятельность продукции на выгодных условиях для членов кооперативов. В результате своей успешной деятельности кооперативы имеют возможность конкурировать с посредниками, которые существенно занижают цены на закупаемую продукцию [6, с.109].

Кооперативы предоставляют возможность для своих членов экономить на транспортных издержках, так как максимально используют кооперативные транспортные средства для реализации продукции в торговые точки на региональные рынки. Для этого используются несколько вариантов механизма продвижения сельскохозяйственной продукции на рынки сбыта. Сам механизм продвижения сельской продукции от производителя к потребителю представляет собой взаимосвязь правовых и экономических норм, которые включают налоговое регулирование, правовое регулирование, финансирование на региональном и местном уровнях.

Одним из механизмов продвижения продукции является функционирование снабженческого кооператива на базе хозяйства – интегратора. Это взаимодействие основано на кооперации между сельскохозяйственными предприятиями (интеграторами), кооперативом, фермерскими хозяйствами и личными подсобными хозяйствами, что существенно влияет на повышение доходности продукции. В этом случае

владельцы личных подсобных хозяйств получают от сельскохозяйственных предприятий в аренду корма, ветеринарные препараты и скот. Также для них проводятся консультации по технологии производства продукции. А задачей кооператива в данном случае является закупка сельскохозяйственной продукции у личных подсобных хозяйств с ее дальнейшей отправкой и продажей на перерабатывающие предприятия [8, с.20], [5, с.9].

Для примера рассмотрим Свердловскую область, в которой насчитывается 350 сельскохозяйственных организаций, более 500 предприятий по производству и переработке сельскохозяйственной продукции. Поставщиками для этих предприятий являются фермерские хозяйства, которых в регионе более 700. Также это и 419 тыс. личные подсобные хозяйства, большая часть которых являются членами сбытовых кооперативов и излишки своей продукции через кооперативы поставляют на перерабатывающие предприятия. Новым в регионе стал проект по разведению коз альпийских пород для производства мягких сыров из козьего молока. Данный инвестиционный проект реализуется ООО «УГМК – Агро» на базе акционерного общества АО «Тепличное». Также нужно отметить, что все молоко, которое производится на территории региона местными производителями, перерабатывается предприятиями Свердловской области.

Другим механизмом продвижения сельскохозяйственной продукции на рынки сбыта является механизм включения снабженческих и сбытовых кооперативов на правах ассоциированных членов в перерабатывающее предприятие. Такое взаимодействие обеспечивает членам кооперативов надежный канал сбыта сельскохозяйственной продукции, а для перерабатывающего предприятия - это надежный и стабильный канал поставки продукции. При этом выгодные условия обеспечиваются и для производителей продукции, и для кооператива, и для перерабатывающего предприятия. Производители продукции получают необходимые средства производства от перерабатывающего предприятия через кооперативы. Также производители получают расчет за поставку продукции в минимальные сроки. Для

переработчиков выгода заключается в своевременной поставке сырья для переработки продукции. А кооперативы, организуя снабженческо – сбытовую деятельность для членов своего кооператива, зарабатывают себе на существование [4, с.11].

Следующий вариант механизма продвижения сельскохозяйственной продукции на рынок предусматривает в составе снабженческого и сбытового кооператива страховые и кредитные кооперативы. Члены кооператива берут кредиты и могут страховать свои риски и залоговое имущество. Страховые деньги поступают в кредитный кооператив как привлеченные средства. Сельскохозяйственная произведенная продукция реализуется через снабженческие и сбытовые кооперативы, а вырученные средства возвращаются в кредитный кооператив. Так происходит возврат займов и процентов по ним снабженческими и сбытовыми кооперативами. В этом случае сельским жителям оказываются доступные услуги по страхованию и кредитованию. А также это услуги по сбыту продукции, произведенной личными подсобными хозяйствами и фермерскими хозяйствами.

Еще одним вариантом продвижения сельскохозяйственной продукции на рынок служит механизм реализации продукции через сетевые магазины. В этом случае сотрудничество обсуждается при заключении договоров на поставку продукции [1, с.64].

В Свердловской области в магазинах федеральных торговых сетей Свердловской области представлена сельскохозяйственная продукция местных производителей. В некоторых торговых точках продукция местных сельских производителей составляет 100 %. Спрос на сельскохозяйственную продукцию местных производителей в регионе высокий. По уровню оптово – розничной торговли регион входит в пятерку лидеров по стране. В настоящее время 160 свердловских перерабатывающих предприятий реализуют свою продукцию через «Магнит».

В Свердловской области каждый год создаются новые сбытовые кооперативы. К ним можно отнести сбытовой кооператив «Светлая Русь»,

снабженческо – сбытовой кооператив «Арамильский» и сбытовой кооператив «Нива».

Сбытовой кооператив «Светлая Русь» создан в Красноуфимском районе в селе Большой Турыш. Основная деятельность кооператива – это торговля кормами для животных, оптовая торговля зерном и семенами. Снабженческо – сбытовой кооператив «Арамильский» занимается выращиванием зерновых культур, овощей открытого грунта, картофеля и столовых корнеплодов. Сбытовой кооператив «Нива» расположен в Артинском районе в деревне Черкасовка. Основной деятельностью кооператива является оптовая торговля молочной продукцией, яйцами и пищевыми маслами. Дополнительно к основной деятельности кооператив выращивает зерновые и зернобобовые культуры, а также овощи и еще дополнительно занимается выращиванием грибов и трюфелей.

Сельскохозяйственный снабженческо – сбытовой кооператив «Солнечный» в Ирбитском районе Свердловской области предоставляет услуги в области растениеводства и животноводства и занимается розничной торговлей фруктами, овощами и картофелем. Также в деятельность кооператива входит оптовая торговля машинами и оборудованием для сельского хозяйства.

В настоящее время в Свердловской области насчитывается 48 сельскохозяйственных потребительских кооперативов, из которых 33 снабженческо – сбытовых кооператива.

Целью снабженческих и сбытовых кооперативов является сбыт сельскохозяйственной продукции на основе более выгодных условий для создания конкурентоспособности кооператива. Так как посредники, скупая продукцию кооперативов, существенно занижают цены на покупаемую ими продукцию, то снабженческие и сбытовые кооперативы вполне успешно могут конкурировать с недобросовестными посредниками. Поэтому необходимо разрабатывать варианты продвижения сельскохозяйственной продукции на региональные рынки через кооперативы [7, с.23].

Для продвижения сельскохозяйственной продукции через снабженческие и сбытовые кооперативы создаются областные маркетинговые центры, которые служат информационным звеном внутрирайонных и внутрирегиональных поставок сельскохозяйственной продукции. Основной целью маркетинговых центров является создание информационного банка данных о производстве продукции кооперативов, а также потребностях сельскохозяйственных кооперативов [2, с.29], [3, с.43].

Цифровая телефонная связь в настоящее время создана практически во всех сельских районах регионов страны. Поэтому для населения каждого населенного пункта должна быть доступна информация по продаже и закупке товаров сельскохозяйственного назначения. Сельские товаропроизводители в этом случае будут передавать в информационный банк маркетинговых центров сведения о продаже своей продукции. Эти данные будут доступны потенциальным потребителям. В этом случае товаропроизводители и потребители смогут быстро и качественно ориентироваться в поставках продукции и ценах на продаваемую продукцию.

Маркетинговое продвижение сельскохозяйственной продукции включает в себя разработку товара, производство и его сортировку, а также переработку, упаковку, хранение, транспортировку и доставку к конечному потребителю. Также маркетинговое продвижение включает работу по совершению сделок, работу с информацией по продажам и работу с партнерами по товародвижению продукции.

Таким образом, нужно отметить, что из всех видов потребительских кооперативов снабженческие и сбытовые кооперативы оказывают наиболее существенное влияние на рост объемов производства и реализацию сельскохозяйственной продукции. Снабженческие и сбытовые кооперативы обеспечивают не только членов кооператива, но и сельское население и сельскохозяйственные предприятия необходимыми ресурсами для производства продукции. Именно от эффективности работы снабженческих и сбытовых кооперативов зависит полнота деятельности членов кооператива.

Поэтому развитие снабженческих и сбытовых кооперативов приобретает особую актуальность, так как данные кооперативы представляют собой социально – ориентированную форму хозяйствования на селе.

Литература

1. Агафонова Е. А. Обеспечение устойчивости деятельности сельскохозяйственного кооператива // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2021.Т. 10. № 1. С. 62 - 65.

2. Борисов В. Д. Теоретические аспекты развития деятельности сельскохозяйственных кооперативов // Вестник Северо-Восточного федерального университета имени М. К. Аммосова. Культурология. 2021. № 1. С. 27 - 32.

3. Гордеев А. С., Котиева Е. Д., Гетоков О. О. Принципы создания полноценно функционирующего сельскохозяйственного кооператива // Аграрная Россия. 2022. № 1. С. 41 - 44.

4. Дуплинская Е. В. Основные договоры в деятельности сельскохозяйственного снабженческо – сбытового потребительского кооператива // Аграрное и земельное право. 2021. № 3. С. 7 - 12.

5. Коваль В. В., Коренюгина В. Н., Обедкина Д. П., Павлова М. М. Сельскохозяйственные кооперативы России: выгоды против личных характеристик фермеров // Взгляды креативного общества. 2021.Т. 11. № 1. С. 4 - 15.

6. Кудрявцев А. А. Экономические факторы, определяющие мотивацию малых сельскохозяйственных товаропроизводителей к участию в деятельности потребительских кооперативов // Фундаментальные исследования. 2021. № 11. С. 108 - 113.

7. Сапожников Ф. А. Сравнительный анализ различных видов потребительских кооперативов с точки зрения нормативно-правового регулирования // Научные высказывания. 2022. № 2. С. 20 - 23.

8. Соболев А. В. Особенности и значение кооперативов в сельском хозяйстве // RUSSIAN JOURNAL OF MANAGEMENT. 2021. Том 9. № 2. С.18 – 24.

9. Яни А.В. Теоретико-методологические основы инновационно - инвестиционной деятельности субъектов предпринимательства и механизм ее стимулирования на уровне региона // Креативная экономика. 2021. № 3. С. 861-878.

Literature

1. Agafonova E. A. Ensuring the sustainability of agricultural cooperative activities // Azimut of scientific research: economics and management. 2021.Т. 10. No. 1. pp. 62-65.

2. Borisov V. D. Theoretical aspects of the development of agricultural cooperatives // Bulletin of the North-Eastern Federal University named after M. K. Ammosov. Cultural studies. 2021. No. 1. pp.

27-32. 3. Gordeev A. S., Kotieva E. D., Getokov O. O. Principles of creating a fully functioning agricultural cooperative // Agrarian Russia. 2022. No. 1. pp. 41-44.

4. Duplinskaya E. V. Basic contracts in the activity of agricultural supply and marketing consumer cooperative // Agrarian and land law. 2021. No. 3. pp. 7-12.

5. Koval V. V., Korenyugina V. N., Obedkina D. P., Pavlova M. M. Agricultural cooperatives of Russia: benefits versus personal characteristics of farmers // Views of the creative society. 2021.Т. 11. No. 1. p. 4 - 15.

6. Yani A.V. Theoretical and methodological foundations of innovation and investment activities of business entities and the mechanism of its stimulation at the regional level // Creative Economy. 2021. No. 3. S. 861-878.

© Чупина И. П., Симачкова Н. Н., Зарубина Е. В., Журавлева Л. А., Ручкин А. В. 2023. *International agricultural journal*, 2023, № № 2, 634-644.

Для цитирования: Чупина И. П., Симачкова Н. Н., Зарубина Е. В., Журавлева Л. А., Ручкин А. В. Сущность снабженческих и сбытовых кооперативов в развитии потребительской кооперации // *International agricultural journal*. 2023. № № 2, 634-644.